

맞춤 상담에, 옵션 다양화... '394조 퇴직연금 시장' 잡아라

금융권, '고객 유치' 경쟁 치열

내달 '퇴직연금 갈아타기' 도입
지난 2분기 말 기준 적립액 394조
2050년, 1200조 규모 성장 전망

은행, 전용 상담 서비스 등 고도화
증권사, AI 도입·투자옵션 다변화

오는 10월 '퇴직연금 갈아타기' 제도 도입을 앞두고 은행권과 증권사 사이의 전초전이 치열하다. 제도 도입으로 양대 퇴직연금 운용기관인 은행과 증권사 사이에 고객 이동이 불가피해져서다. 각 운용기관은 투자 옵션 다양화, 상담 서비스 확대 등 퇴직연금 경쟁력 확보에 힘쓰는 모습이다.

3일 금융감독원에 따르면 지난 2분기 말 기준 전체 퇴직연금 적립액은 394조원에 달한다. 이는 지난해 말과 비교해 반년 만에 약 12조원 늘어난 규모로, 퇴직연금 시장은 오는 2050년에는 전체 적립금 규모가 1200조원에 육박하는 국내 최대 연금 시장으로 성장



다음달 중순부터 '퇴직연금 갈아타기'가 예정돼 있어 은행, 증권업권 간 경쟁이 치열해질 전망이다. 한 시민이 노인 일자리 정보를 살피고 있다. /뉴스시스

할 전망이다.

하지만 퇴직연금 수익률이 지나치게 낮아 국민연금을 보조하는 주요한 노후 소득원 역할을 기대하기 어렵다는 지적도 꾸준히 제기되고 있다.

고용노동부에 따르면 지난 2023년 말 기준 퇴직연금의 5년 수익률은 연 2.35%다. 이는 같은 기간 국제 수익률 평균인 2.51%(10년물 기준)는 물론, 물가

상승률 평균인 연 2.74%보다도 낮은 수준이다.

이에 따라 정부는 퇴직연금의 수익률 제고 방안 마련에 힘쓰고 있다. 오는 10월 15일부터 도입되는 '퇴직연금 현물 이전(퇴직연금 갈아타기)' 제도도 그 일환이다.

앞서 퇴직연금 계좌 이전을 희망할 경우 손익 전망과 관계없이 보유 상품

을 전부 매도해야 했다. 제도 도입에 따라 기존 운용기관과 신규 운용기관이 모두 취급하는 상품을 보유중이라면, 매도 없이도 계좌를 이전할 수 있게 된다. 다만 이는 신탁계약 상품에 한정되는 만큼 보험사 상품은 이전이 어렵다.

은행과 증권사들은 기존 고객의 이탈을 막고 신규 고객을 유치하기 위해 투자 옵션을 다양화하고, 퇴직연금 전용 상담 센터 설치 등 경쟁력 확보에 속도를 내고 있다.

전체 퇴직연금의 52.5%(204조원)를 운용하는 은행권은 퇴직연금 특화점포 설치 및 상담 서비스 확충에 집중하고 있다. 타 운용기관보다 초저위험 상품(원리금 보장 상품) 비중이 크고 고령자 고객도 많은 만큼, 상담 서비스를 고도화해 점유율을 사수하려는 전략이다.

신한은행은 퇴직연금 전문 상담 채널인 '연금 라운지'를 지난달에만 3곳을 추가 설치했고, KB국민은행 또한 '골드라이프 연금센터'를 전국에 10곳 넘게 운영 중이다. 하나은행의 '연금 더드림 라운지'와 우리은행의 '투체어스W'

또한 확장 계획이 나와 있다.

반면 증권사들은 포트폴리오 확대, 투자 정보 채널 운영, 생성형 인공지능(AI) 도입 등 '투자옵션 다양화'에 나섰다. 가입자가 투자금을 직접 운용하는 DB형·개인형 IRP 고객의 비중이 은행보다 크고 수익률도 더 높은 만큼, 다양한 투자 옵션을 앞세워 투자 관심이 높은 고객을 유치하려는 전략이다.

NH투자증권은 퇴직연금 소개 유튜브 채널 및 투자정보 카카오톡 채널을 운영하고 있고, 삼성증권은 퇴직연금 계좌에 추가 입금 수수료를 면제하는 '다이렉트 IRP'를 판매한다. 미래에셋증권은 퇴직연금에 AI 어드바이저를 도입해 5단계의 위험도에 따른 투자 포트폴리오를 제공한다.

한 퇴직연금 운용기관 관계자는 "은행과 증권사들은 다음 달 퇴직연금 현물이전 제도 도입을 앞두고 각종 이벤트를 개최하는 등 사전 홍보에 힘쓰고 있다"며 "다음 달 현물이전이 개시되면 이같은 경쟁이 더 본격화할 것"이라고 말했다. /안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr

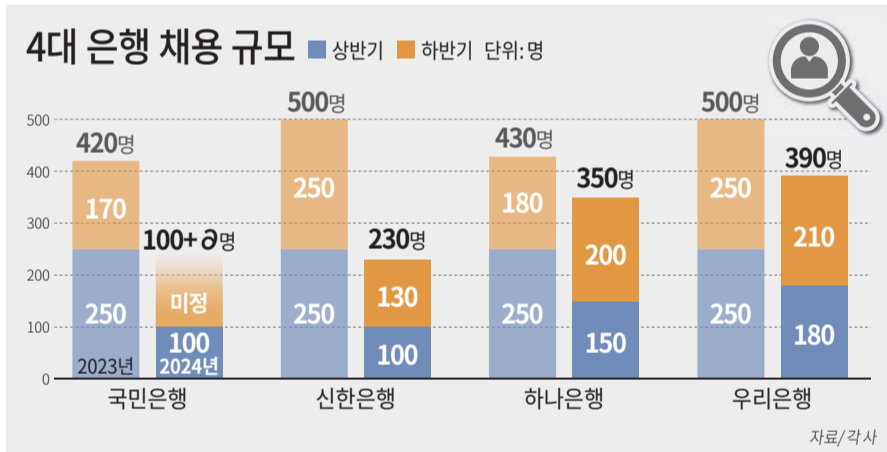
은행, 하반기 채용 축소... 모바일 등 비대면 확대에 취업문 좁아져

신한·하나·우리, 공채 540명 선발
상반기 포함 970명... 전년비 28% ↓
4대은행, 영업점 수 2019년비 21% ↓

올 하반기 은행권 채용문이 열렸다. 우리은행의 채용공고를 시작으로 신한·하나·국민은행의 공채가 본격화될 전망이다. 다만 PC·모바일을 통한 비대면 금융이 확대되면서 신규 채용은 지난해보다 감소할 것으로 보여 취업문턱이 높아졌다는 분석이 나온다.

3일 금융권에 따르면 이날까지 채용공고를 낸 신한·하나·우리 등 3개은행은 올해 하반기 공채에서 540명(잠정)을 뽑을 예정이다. 상반기 공채 규모와 합치면 올해 신규채용 인원은 970명으로 지난해(1430명)보다 28% 줄어든 수준이다.

가장 먼저 채용공고를 낸 우리은행은



하반기 총 210명의 신입행원을 선발한다. 지난해 하반기 250명을 뽑은 것과 비교하면 40명 감소했다. 연간 채용 인원으로 보면 총 390명으로 1년 전과 비교해 22% 줄었다.

신한은행도 지난해 하반기보다 절반 가량 줄어든 130명을 채용한다.

연간 채용 인원으로 보면 총 230명으로 1년 전(500명)과 비교해 54% 감소했다.

하나은행은 지난해 하반기보다 20명 증가한 200명을 선발한다. 다만 연간 채용 인원으로 보면 총 350명으로 지난해와 비교해 13% 감소한 수준이다.

국민은행은 상반기 100명을 뽑았지만 하반기 채용규모는 정하지 않았다. 지난해보다 채용규모가 줄어들 가능성이 크다.

은행권의 채용규모가 감소하는 배경은 코로나19 이후 PC·모바일을 통한 비대면 금융이 확대되면서 영업점(지점+출장소)수가 감소한 영향이 크다. 금융감독원에 따르면 올해 1분기 4대은행의 영업점수는 2813곳으로 지난해 1분기(3547곳)와 비교해 21%(734곳) 줄었다.

희망퇴직자 감소도 신규채용 감소의 또 다른 원인으로 작용하고 있다.

4대은행의 지난달 18일 기준 희망퇴직자는 1493명으로 1년전 1996명과 비교해 25% 감소했다. 은행의 희망퇴직자가 줄어든 것은 희망퇴직 조건이 이전보다 나빠졌기 때문이다. 은행들은

올해부터 희망퇴직자에 한해 지급하던 특별퇴직금을 기존 35~39개월치 급여에서 31개월치로 낮췄다. 경기 부진까지 겹치면서 퇴직 후 재취업보다는 현수준의 높은 연봉을 받는 것을 선택하는 경우가 늘어 신규채용 여력이 낮아졌다는 설명이다.

은행권 관계자는 "모바일로 금융을 이용하는 고객이 늘어나면서 사실상 은행이 필요한 인력은 정보기술(IT) 경력직으로 바뀌고 있다"며 "일반 행원의 경우 영업점이 줄면서 채용규모를 확대하기 쉽지 않은 상황인 데다 정년을 보장해야 하는 만큼 인건비 부담이 상당히 채용규모를 늘리는 것이 쉽지 않다. 앞으로도 속도차이만 있을 뿐 채용 수는 감소할 것으로 보인다"고 말했다.

/나유리 기자 yu115@

1~8월 농식품 수출액 '사상 최대'... 美 22%·유럽 30% ↑

농식품부, 8월 농식품 수출 실적
12개월 연속 전년동기비 성장세 지속
라면·과자류·쌀가공식품 상위 품목

올해 1~8월 농식품(K-푸드) 수출액이 사상 최대를 기록했다. 유럽과 미국 시장 실적성장세가 지난해 같은 기간에 비해 각각 30%, 20%대에 달하며 국내 K-푸드 수출의 가파른 증가세를 이끌었다.

농림축산식품부는 지난달 말 기준 K-푸드 수출 누적액이 전년동기대비 8.7% 늘어난 64억8000만 달러로 집계됐다고 밝혔다. 이는 8월 말 누적 실적 중 역대 최대에 해당한다. 또 12개월 연속으로 전년동기대비 성장세가 지



한국농수산식품유통공사(aT)가 지난 5월 호주에서 개최된 B2B 박람회 '호주 푸드서비스'에서 국산배를 갈아 만든 즙을 선보이고 있다. /aT

속됐다.

특히, 대(對)미 수출이 22.8% 증가해 해당 기간 실적이 10억 달러를 넘어

섰다. 작년 같은 기간 수출은 8억3000만 달러였다. 농식품부는 "주로 사회관계망(SNS)을 통해 인기를 얻은 라면·쌀가공식품의 성장률이 높았다"며 "미국에서 K-푸드가 상대적으로 덜 입점된 남부지역 2선 도시(텍사스주 휴스턴, 오스틴) 진출에 주력하고 있다"고 밝혔다. 또 남부지역에 자리한 대형 유통매장을 대상으로 홍보·마케팅 및 협의를 통해 K-푸드의 신규 입점을 확대해 나갈 계획이다.

유럽연합(EU)에 영국을 더한 유럽시장 실적은 이 기간 4억5000만 달러로, 2023년 1~8월(3억5000만 달러)과 비교해 무려 30.5% 급증했다. 아세안은 +5.9%, 중국은 +5.3%를 나타냈다. 반면,

일본은 -7.4%로 올해 다소 부진했다.

품목별로 살펴보면, 수출 상위 품목인 라면, 과자류, 음료, 쌀가공식품은 모두 역대 최대 수출 실적을 보였다. 그중 라면은 매운 라면의 인기로 힘입어 전년동기에 비해 31.7% 증가한 8억 달러를 수출했다. 과자류 및 음료도 10% 넘게 성장했다. 주요 품목 중 가장 성장률이 높은 품목은 즉석밥·냉동김밥 등 쌀가공식품으로 +41.7%를 기록했다.

배와 포도 등 신선농산물의 수출은 0.6% 줄었으나 감소세는 완화되고 있다. 이상 기후로 인해 생산량이 적어 국내 공급량이 부족했던 것이 올해 상반기 수출 감소의 주요 원인이라고 농식품부는 설명했다. 다만, 하반기 들어 신선농산물 작황이 양호해 수출 물량이 확보 가능한 만큼 연말까지 전년 수준의 수출 실적을 회복할 것으로 전망했다.

농식품부는 올해 중소수출기업을 육성하고 대기업과의 동반성장을 지원하기 위해 대기업·중소기업 협업모델을 발굴하고 있다. 1호 사례인 GS리테일과 봉평은 지난월부터 몽골·베트남 내 GS25 편의점 7개소에서 현지화된 봉평의 파배기를 판매하고 있다. 또 8월 하순 이후 중국 소매점에서 판매되고 있는 롯데칠성음료와 서울장수막걸리의 협업모델인 '막사(막걸리+사이다)'에 대해서도 공동관측·마케팅을 진행할 예정이다.

양주필 농식품부 식품산업정책관은 "막사와 같은 협업모델을 통해 다양한 중소기업 상품을 해외에 소개할 것"이라며 "주요 수출대상국에서의 수출 영토 확장을 위해 2선 도시 유통매장 및 수입업체를 발굴해 수출 성장세를 지속해 나갈 것"이라고 말했다. /세종=김연세 기자 kys@